

SURAT KABAR DAN PERKEMBANGAN TEKNOLOGI: SEBUAH TINJAUAN KOMUNIKATIF

Rangga Saptia Mohamad Permana¹, Aceng Abdullah²

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

Email: ¹rangga.saptia@unpad.ac.id, ²aceng.abdullah@unpad.ac.id

Abstract

Newspapers became one of the mass media that has a long history in the history of mankind. Since the invention of the printing press by Gutenberg, technological developments have greatly influenced the "life" of newspapers, ranging from the production, distribution techniques, to how audiences consume the information provided by newspapers. Newspapers are one of the mass communication media that are still quite interesting to study, especially in the midst of the digital revolution and the presence of the internet since the beginning of the new millennium. The purpose of this study is to find out how newspapers and technological developments, especially the development of communication technology, are interrelated, and how they are reviewed communicatively, both locally and globally. The study in this article uses qualitative research methods, specifically descriptive-qualitative methods, by focusing data from literature review from various references (scientific journal articles, books, and research reports) as a reference for analyzing how newspapers and technological developments are viewed from communication perspective. The results of the study indicate that the development of communication and information technology, as well as the emergence of the internet, helped facilitate the audience in consuming newspaper news online through smartphones and other digital platforms. On the other hand, the development of this technology threatens the existence of print newspapers, where quite a number of newspaper companies are bankrupt with the number of online media that appear and offer more practical access to the public.

Keywords: *Newspaper; Technology; Communication; Conventional Media; New Media*

Abstrak

Surat kabar menjadi salah satu media massa yang memiliki sejarah cukup panjang dalam sejarah umat manusia. Sejak ditemukannya mesin cetak oleh Gutenberg, perkembangan teknologi sangat memengaruhi "kehidupan" surat kabar, mulai dari sisi teknik produksi, distribusi, hingga cara khalayak mengonsumsi informasi yang diberikan oleh surat kabar. Surat kabar adalah salah satu media komunikasi massa yang masih cukup menarik untuk dikaji, terutama di tengah terjadinya revolusi digital dan kehadiran internet sejak awal milenium baru. Tujuan dari kajian ini adalah untuk mengetahui bagaimana surat kabar dan perkembangan teknologi, khususnya perkembangan teknologi komunikasi, saling terkait, dan bagaimana hal tersebut ditinjau secara komunikatif, baik itu dalam skala lokal maupun global. Kajian dalam artikel ini menggunakan metode penelitian kualitatif, tepatnya metode deskriptif-kualitatif, dengan memfokuskan data dari telaah pustaka dari berbagai referensi (artikel jurnal ilmiah, buku, dan laporan hasil riset) sebagai acuan untuk menganalisis bagaimana surat kabar dan perkembangan teknologi dipandang dari perspektif komunikasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi, serta munculnya internet, turut memudahkan khalayak dalam mengonsumsi berita-berita surat kabar secara daring melalui *smartphone* dan *platform* digital lainnya. Di lain pihak, perkembangan teknologi tersebut mengancam eksistensi surat kabar cetak, di mana cukup banyak perusahaan surat kabar yang bangkrut dengan banyaknya media *online* yang muncul dan menawarkan akses yang lebih praktis untuk khalayak.

Kata kunci : *Surat Kabar; Teknologi; Komunikasi; Media Konvensional; Media Baru*

1. Pendahuluan

Dahulu koran atau surat kabar menjadi salah satu primadona yang paling berpengaruh dalam penyebaran informasi di seluruh dunia. Namun, saat ini seiring telah masuknya era revolusi industri 4.0 maka digitalisasi media telah melanda seluruh dunia. Bahkan beragam surat kabar memilih beralih dan mengembangkan sayapnya ke media digital. Era digitalisasi media yang menyebar secara global memang menaruh sebuah perubahan besar dan suramnya masa depan media konvensional. Bahkan menurut *boss* media *Jawa Pos*, Dahlan Iskan, nasib media konvensional, dalam hal ini media cetak, hampir selesai (Prasetya, 2018).

Sejak tahun 1960-an dan 1970-an setiap survei menunjukkan bahwa kebanyakan orang Amerika mendapat berita pertama dari televisi dan radio mobil. Media siaran mengambil alih fungsi halaman muka surat kabar, kecuali berita-berita yang dikembangkan sendiri oleh surat kabar, yang tidak didapat di radio maupun televisi, seperti berita analisis, berita latar belakang atau komentar. Benturan hebat antara media cetak dan elektronik ini bertambah hebat lagi dengan munculnya internet. Melalui internet *online journalism* kita bisa menjelajah berita dengan kedalamannya tanpa batasan atau kendala ruang. Berita pun dapat menyebar luas dan bisa terus diperbaharui. *Online journalism* ini menerapkan *annotative journalism*: tinggal

meng-klik suatu kata, kita bisa mendapatkan informasi sebanyak yang tersedia (Paramita, 2014).

Meskipun ada di dalam *platform* daring, *online journalism* ini juga amat membutuhkan seorang jurnalis yang kompeten di bidangnya. Kewajiban utama jurnalis adalah untuk kebenaran (*journalist's first obligation is for the truth*) dan kesetiaan utama dari seorang jurnalis adalah kepada masyarakat (*journalist's first loyalty is to citizen*). Dengan tugas seperti itu, maka pekerjaan jurnalistik haruslah dilakukan dengan profesional. Sebagai profesi, jurnalis harus memiliki pengetahuan khusus (*special knowledge*) dan keterampilan (*skills*) (Agustin et al., 2013).

Jika dipandang lebih dalam menuju basis kemunculan surat kabar daring, kemajuan teknologi komunikasi dan informasi juga menarik para ilmuwan komunikasi untuk meneliti lebih jauh mengenai berbagai konteks dalam teknologi komunikasi. Pengkajian komunikasi dan teknologi tumbuh dan berkembang selama 1980-an, ketika jumlah dan ragam teknologi baru yang terus bertambah menjadi tersedia bagi khalayak secara luas. *Microcomputer*, layanan komunikasi dengan video (*videotext*), dan informasi tertulis pada televisi (*teletext*), konferensi jarak jauh dengan video dan telepon (*teleconferencing*), televisi kabel, dan VCR termasuk ke di antara media yang relevan, serta difusi inovasi dan dampak-

dampak sosial teknologi komunikasi menjadi bidang utama riset (Bryant & Pribanic-Smith, 2015).

Surat kabar mencoba untuk menaikkan pemasukannya dari para pengguna komputer di rumah dan bisnis, serta penyedia pelayanan informasi, berdasarkan pada banyaknya arsip berita surat kabar, hal ini juga memudahkan penggunaannya. Ada banyak surat kabar besar yang menawarkan berita mingguan gratis secara daring, namun dikenakan biaya jika ingin membaca berita dengan tulisan penuh yang berumur lebih dari seminggu. Hal tersebut dapat terwujud berkat penemuan dan pertumbuhan internet. Internet adalah jaringan komputer dunia yang mengembangkan ARPANET, suatu sistem komunikasi yang terkait dengan pertahanan-keamanan yang dikembangkan pada tahun 1960-an (Severin & Tankard, 2008).

Chat rooms (ruang untuk berbincang) menawarkan kesempatan untuk mendiskusikan berita yang ada, dan memungkinkan kita berkomunikasi langsung dengan orang yang belum kita kenal. Ini hanya salah satu cara surat kabar untuk mempertahankan pembacanya dan para pembuat iklan dengan menggunakan sebuah sistem pengantar yang baru. Beberapa tahun silam, genderang kematian surat kabar seolah-olah sudah menggema. Ternyata, kematian surat kabar itu tampaknya batal terjadi, karena

bisnis surat kabar tiba-tiba bangkit kembali di hampir seluruh kawasan di planet ini, kecuali Amerika Utara.

Itulah hasil satu studi yang disampaikan pada konferensi ke-60 Asosiasi Surat kabar Dunia (WAN) dan sidang ke-14 Forum Editor Dunia (WEF) di Cape Town. Konferensi yang dihadiri sedikitnya 1.600 editor dan eksekutif media dari seluruh dunia itu, malah melahirkan optimisme baru, yakni selagi industri surat kabar mampu menggabungkan kegiatan operasi cetak dan daring untuk memompa dinamisme dan menarik minat pembaca, selama itu pula surat kabar akan tetap berkibar (Foust, 2005).

Surat kabar daring pada awalnya seimbang karena banyak yang ikut serta adalah surat kabar nasional yang sudah besar dan terkenal. Lama kelamaan muncul beragam jenis informasi yang memperkaya jumlah *features*. Beberapa surat kabar mengirimkan informasi ke *email* masing-masing pelanggan mengenai layanan yang diberikan atau kabar terhangat dan disoroti saat itu. Ada ribuan berita dalam *website* dan dilengkapi versi edisi harian. Untuk mengembangkan surat kabar konvensional, diajukan konsep "*daily me*", sehingga pengunjung yang sudah terdaftar bisa memilih tipe berita, topik, format untuk menyesuaikan dengan gaya hidup masing-masing. Ada sistem *intelligence agents*, program *software*

untuk membangun profil mengenai apa yang ingin khalayak baca, dengar, lihat, dan berinteraksi dengan informasi yang disajikan.

Melihat fenomena tersebut, penulis tertarik untuk membuat sebuah pemaparan mengenai surat kabar dan perkembangan teknologi yang dipandang dari perspektif komunikasi. Penulis telah menghimpun data dari berbagai referensi terkait mengenai surat kabar, perkembangan teknologi, dan bagaimana transisi teknologi ini berdampak pada “kehidupan” surat kabar dalam lingkup lokal maupun global. Tujuan dari kajian dalam artikel ini adalah untuk mengetahui bagaimana surat kabar dan perkembangan teknologi, khususnya perkembangan teknologi komunikasi, saling terkait, dan bagaimana hal tersebut ditinjau secara komunikatif, baik itu dalam skala lokal maupun global.

1. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Surat Kabar

Menurut Agee (et. Al), secara kontemporer surat kabar memiliki tiga fungsi utama dan fungsi sekunder. Fungsi utama media adalah: (1) *to inform* (menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi pada suatu komunitas, negara dan dunia); (2) *to comment* (mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam fokus berita);

(3) *to provide* (menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media). Sedangkan fungsi sekunder media adalah: (1) untuk kampanye proyek-proyek yang bersifat kemasyarakatan, yang sangat diperlukan untuk membantu kondisi-kondisi tertentu; (2) memberikan hiburan kepada pembaca; (3) melayani pembaca sebagai konselor yang ramah, menjadi agen informasi dan memperjuangkan hak (Ardianto et al., 2007). Di Indonesia sendiri, keberadaan surat kabar ditandai dengan perjalanan panjang melalui lima periode, yakni masa penjajahan Belanda (diantaranya *Selompret Melayu*), penjajahan Jepang, menjelang kemerdekaan dan awal kemerdekaan (*Berita Indonesia*), serta zaman orde lama (*Soerabaja Post*) dan orde baru (*Pikiran Rakyat*).

Surat kabar merupakan media massa tertua dibandingkan dengan media massa lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johannes Gutenberg di Jerman. Prototipe surat kabar pertama diterbitkan di Bremen, Jerman pada tahun 1609. Bentuk surat kabar sesungguhnya terbit di Frankfurt, Berlin, Hamburg, Vienna, Amsterdam dan Antwerp pada tahun 1620. Sedangkan surat kabar pertama yang terbit secara teratur adalah *Oxford Gazette* yang terbit di Oxford pada tahun 1665. Ketika pemerintahan pindah ke

London beberapa bulan kemudian, namanya menjadi *London Gazette*. Surat kabar harian pertama yang terbit adalah *Daily Courant*.

Berpindah ke Amerika Serikat (AS), surat kabar harian yang pertama terbit di AS adalah *Pennsylvania Evening Post* dan *Daily Advertiser* yang terbit pada tahun 1783. Timbul pula beberapa sebutan untuk media cetak sesuai dengan jenis dan zamannya, yaitu: (1) *The Penny Press*, yaitu saat di mana proses percetakan surat kabar di AS begitu cepat, dan harga surat kabar semakin murah; (2) *Newspaper Barons*, yaitu saat di mana surat kabar di AS mengalami kejayaan karena surat kabar melakukan promosi yang sangat agresif; (3) *Yellow Journalism*, yaitu saat di mana surat kabar di AS mulai menghimpun suatu pemberitaan yang didasarkan pada sensasi, kriminal, skandal, gosip, perceraian, seks, bencana dan olahraga; dan (4) *Jazz Journalism*, yaitu sebuah perwujudan surat kabar yang berukuran lebih kecil, banyak menggunakan foto terutama pada halaman pertama, dan menampilkan satu atau dua *headline*, serta menekankan unsur seks dan sensasi (Ardianto et al., 2007).

Dari empat fungsi media massa (informasi, edukasi, hiburan, dan persuasif), fungsi yang paling menonjol dari surat kabar adalah informasi. Tetapi fungsi media massa yang lainnya pun tetap penting bagi surat kabar, karena bisa melengkapi dan membuat

surat kabar menjadi beragam dan tidak membosankan. Beralih pada karakteristik, karakteristik surat kabar sebagai media massa mencakup: (1) *Publisitas*, yakni penyebaran pada publik atau khalayak; (2) *Periodesitas*, yakni menunjuk pada keteraturan terbitnya, bisa harian, mingguan, atau dwi mingguan; (3) *Universalitas*, yakni menunjuk pada kesemestaan isinya, yang beraneka ragam dan dari seluruh dunia; (4) *Aktualitas*, yakni menunjuk pada “kekinian” atau terbaru dan masih hangat; dan (5) *Terdokumentasikan*, yakni berita-berita dan informasi-informasi yang terhimpun dalam bentuk artikel dapat diambil dan diarsipkan oleh berbagai instansi yang membutuhkan (Ardianto et al., 2007).

Surat kabar dapat dikelompokkan pada berbagai kategori. Dilihat dari ruang lingkupnya, maka kategorisasinya adalah surat kabar *lokal* (contohnya *Tribun Jabar-Bandung* dan *Jabar*), *regional* (contohnya *Pikiran Rakyat-Jawa Barat*), dan *nasional* (contohnya *Kompas*). Ditinjau dari bentuknya, ada bentuk surat kabar biasa dan tabloid (misalnya *Bola*). Sedangkan dilihat dari bahasa yang digunakan, ada surat kabar berbahasa Indonesia, bahasa Inggris (misalnya *The Jakarta Post-Jakarta*) dan bahasa daerah.

Dari segi evaluasi, kita dapat melakukan pengukuran kuantitatif dan kualitatif pada surat kabar. Pengukuran

kuantitatif atas kesuksesan media mencakup aspek sirkulasi dan penetrasinya. Penetrasi adalah persentase orang atau rumah tangga yang mendapatkan surat kabar. Mencari data penetrasi yang tepat amatlah sulit. Walau demikian, perhitungan sederhana dapat memberi kita indikator yang baik mengenai apakah sebuah surat kabar makin diterima masyarakat atau sebaliknya (Vivian, 2015).

Di lain pihak, indikator mutu atau kualitas mengandung persoalan karena bersifat subjektif. Namun, ada beberapa indikator untuk mengukur kualitas sebuah surat kabar, yaitu: (1) *News Hole*, atau “lubang tempat berita”, yakni persentase ruang di halaman koran yang disediakan untuk berita (dari perspektif pembaca, makin besar “lubangnya”, maka surat kabar tersebut semakin bagus); (2) Isi, yang dilihat dari segi liputan lokal yang lebih ekstensif daripada mengambil berita dari agen berita lain; (3) Profesionalisme staf; dan (4) Manajemen dan kepemimpinan instansi surat kabar (Vivian, 2015). Lebih lanjut, seluruh institusi media massa memerlukan manajemen, karena institusi media massa merupakan sebuah kerangka kerja dari suatu proses manajemen yang menunjukkan adanya pembagian tugas (*job description*) dan memenuhi persyaratan (*spesifikasi teknis*) tertentu yang jelas bagi setiap personel dalam melakukan pekerjaannya masing-masing dalam sebuah

instansi media massa (Permana & Mahameruaji, 2018).

1.2 *Mainstream Media*, *New Media*, dan Perkembangan Teknologi Komunikasi

Istilah *mainstream media* (terkadang disingkat MSM), diciptakan untuk membantu memetakan lanskap media yang terus berubah. Walaupun istilah ini agak elastis, ia biasanya dipakai untuk membedakan bentuk media tradisional dengan media yang baru. Dari segi kepemilikan, perusahaan media besar (misalnya Time Warner, Viacom, Disney, dan sejenisnya) adalah MSM. Istilah “MSM” juga membedakan platform berbasis teknologi. Sedangkan *new media* berawal dari inovasi. Sekarang, inovasi di luar mainstream mencakup kategori yang luas, terkadang tidak jelas, seperti media alternatif/*cybermedia* (media yang menggunakan teknologi internet, ataupun teknologi digital untuk operasionalnya (Solihat, 2015)), media bawah tanah (*undeground*), dan media teknologi tinggi (*high-tech*) (Vivian, 2015).

Marshall McLuhan (dalam Morissan, 2014)) memandang penemuan teknologi sebagai hal yang sangat vital karena menjadi kepanjangan atau ekstensi dari kekuatan pengetahuan (kognitif) dan persepsi pikiran manusia. Dalam sepuluh tahun terakhir, konvergensi antara teknologi kehidupan perkotaan dengan *new media* telah terjadi

secara luar biasa. Konvergensi secara prakteknya dilakukan dengan penggunaan berbagai platform media untuk satu tujuan tertentu (Vebrynda et al., 2017). Dalam dekade terakhir dari abad ke-20 kemunculan teknologi interaktif global, yang dicontohkan oleh internet, dalam lingkungan sehari-hari dari negara-negara kapitalis maju telah secara dramatis mengubah sifat dan ruang lingkup medium-medium komunikasi. Transformasi ini menegaskan deklarasi “*second media age*” yang dipandang sebagai akhir masa dominasi bentuk media broadcast seperti surat kabar, radio, dan televisi (Holmes, 2012). Hal ini tampak pada meningkatnya penggunaan media interaktif, terutama medium-medium komunikasi yang mengandalkan akses internet.

Berbagai medium komunikasi yang menggunakan internet atau *second media age* menawarkan sebuah fitur komunikasi yang baru, yakni “interaktivitas”. Interaktivitas adalah salah satu fitur *new media* yang paling banyak dibicarakan dan mendapat tempat khusus di dunia siber; dengan kata lain, kemampuan pengguna untuk berkomunikasi secara langsung dengan komputer dan memiliki dampak pada pesan apa yang sedang dibuat (Severin & Tankard, 2008). Namun di AS, terlepas dari banyaknya informasi *online* yang tersedia dari berbagai sumber, kebanyakan orang masih percaya dan

mengandalkan informasi yang disediakan oleh organisasi berita tradisional (Hong & Kim, 2018).

Dibandingkan dengan bentuk *broadcast* dari media, internet dikatakan menawarkan berbagai kemungkinan bebas atas ekspresi politik dan hak-hak atas berkumpul secara elektronik dengan sedikit kendala, baik itu dari segi teknis, politis, maupun sosial. Hal ini menyebabkan banyak medium komunikasi yang termasuk ke dalam *second media age* memiliki beberapa perbedaan esensial dengan media *broadcast* konvensional yang termasuk ke dalam *first media age*. Perbedaan tersebut tampak pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Perbedaan Historis antara *First Media Age* dan *Second Media Age*

<i>First Media Age (Broadcast)</i>	<i>Second Media Age (Interactivity)</i>
1) Tersentral (sedikit berbicara pada banyak)	1) Tersebar (banyak berbicara pada banyak)
2) Komunikasi satu arah	2) Komunikasi dua arah
3) Cenderung pada kontrol negara	3) Menghindari kontrol negara
4) Instrumen bagi rezim stratifikasi dan ketidaksetaraan	4) Demokratisasi: Memfasilitasi kewarganegaraan universal
5) Peserta terfragmentasi dan dipandang sebagai suatu massa	5) Peserta dipandang tetap bisa memertahankan individualitas mereka
6) Memengaruhi kesadaran	6) Memengaruhi pengalaman individu tentang ruang dan waktu

Sumber: (Holmes, 2012)

1.3 Media Panas (*Hot Media*) dan Media Dingin (*Cool Media*)

Marshall McLuhan membagi media menjadi dua jenis, yaitu “media panas” (*hot media*) dan “media dingin” (*cool media*). Media panas adalah media yang tidak menuntut perhatian besar dari pendengar, pembaca, atau penonton (audiens) media bersangkutan. Menurut McLuhan (dalam Morissan, 2014)), media panas merupakan komunikasi definisi tinggi (*high-definition communication*) yang menyediakan data sensoris lengkap yang dapat diterima indera manusia; dalam menggunakan media ini audiens tidak dituntut untuk menggunakan daya imajinasinya, atau dengan kata lain sangat sedikit sekali daya imajinasi yang dibutuhkan. Dengan demikian, partisipasi audiens dalam media panas sangatlah rendah karena makna dari informasi yang diterima audiens sudah sangat lengkap dan jelas.

Media dingin merupakan media definisi rendah yang membutuhkan partisipasi audiens yang cukup besar, dengan kata lain media dingin merupakan komunikasi definisi rendah yang menuntut partisipasi aktif dari penonton, pendengar, atau pembaca. Tidak banyak yang dapat diberikan media jenis ini kepada audiens, dan audiens harus memenuhi sendiri hal-hal yang tidak disediakan media dingin. Audiens harus menciptakan makna melalui

inderanya dan secara imajinatif melibatkan dirinya.

2. METODE PENELITIAN

Kajian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, tepatnya metode deskriptif-kualitatif. Metode deskriptif-kualitatif dipilih karena penulis menghimpun aneka fakta konsep serta teori mengenai surat kabar, media baru, dan perkembangan teknologi; lalu setelahnya berusaha untuk menggambarkan fakta-fakta tersebut dalam sebuah penjabaran analitis. Penelitian sosial menggunakan format deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu (Bungin, 2013).

Bajari mengemukakan bahwa salah satu kriteria penelitian deskriptif adalah mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu (Bajari, 2015). Jadi, penelitian deskriptif bukan saja menjabarkan (analitis), tetapi juga memadukan (sintetis). Bukan saja melakukan klasifikasi, tetapi juga organisasi (Rakhmat, 2012).

Dalam kajian ini, penulis telah melakukan beberapa telaah pustaka dari berbagai referensi (artikel jurnal ilmiah, buku,

dan laporan hasil riset) sebagai acuan untuk menganalisis bagaimana surat kabar dan perkembangan teknologi dipandang dari perspektif komunikasi. Salah satu tujuan penting dari telaah pustaka dalam penelitian kualitatif adalah untuk menemukan acuan definisi bagi konsep-konsep penting yang digunakan, serta penjelasan aspek-aspek apa yang tercakup di dalamnya. Meskipun penelitian komunikasi kualitatif tidak pernah dimaksudkan untuk menguji hipotesa sehingga peneliti memang tidak harus berpegang pada definisi-definisi tertentu untuk konsep-konsep yang digunakan, tetapi peneliti tetap membutuhkan penjelasan mengenai konsep yang dihadirkan (Pawito, 2008).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Surat Kabar dan Perkembangan Teknologi: Surat Kabar Daring

4.1.1 Gambaran Umum Surat Kabar Daring

Surat kabar daring dikenal juga sebagai surat kabar dalam-jaringan adalah sebetulnya surat kabar yang berbasis internet, dan termasuk ke dalam salah satu jenis media *online*. Media *online* merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalisme* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet” (Wibowo & Lubis, 2013).

Media *online* di internet banyak menawarkan berbagai fasilitas untuk mencari dan berbagi informasi dalam pola laku manusia terkait dengan keterlibatan informasi (Destrian et al., 2018).

Ekspansi ke dunia dalam-jaringan (*daring*) atau yang lebih dikenal dengan istilah *online*, membukakan banyak peluang bagi surat kabar untuk bersaing dengan jurnalisme siar dalam menyediakan layanan berita yang fleksibel terhadap waktu. Hal ini dimungkinkan dengan kemudahan yang diberikan dunia *online* terutama dalam hal pengolahan dan distribusi berita. *Detik.com* misalnya, untuk mengunggah sebuah berita hanya membutuhkan waktu tidak lebih dari sepuluh menit. Waktu tersebut mencakup saat pelaporan berita dari reporter, penulisan berita, pengecekan, dan pengunggahan.

Tingkat kepercayaan pembaca terhadap kualitas dan merek dari suatu surat kabar ternama, berikut kemampuannya menjaring pengiklan, dapat pula disaksikan dari kemampuan surat kabar ini bertahan. Pengalihan bentuk dari cetak ke daring maupun penambahan bentuk dari cetak saja menjadi cetak dan daring, akan mampu meningkatkan efisiensi biaya produksi. Seperti halnya versi cetak, surat kabar daring dituntut untuk tunduk pada etika jurnalisme, dan perangkat aturan lain terkait hak cipta, privasi, dan sejenisnya.

Kemajuan teknologi komputer memberikan dampak signifikan dalam dunia jurnalistik, periklanan, *public relations*, dan hiburan, yang bergantung pada teknologi-teknologi rumit yang tercipta sejak ditemukannya televisi dan radio. Dengan kata lain, digitalisasi telah menempatkan industri media pada tatanan baru yang besar (Christians, 2014). Jurnalistik era digital diawali dengan pengalihan metode manual ke jurnalistik yang berbasis komputerisasi. Dilanjutkan dengan premis bahwa keunggulan inovasi dan modifikasi di dunia komputer cenderung membawa angin segar bagi kemajuan dunia jurnalistik. Pengelolaan, pengiriman dan penyimpanan data, pemanggilan kembali diikuti rentetan proses jurnalistik lain berlipat kali lebih mudah. Hal ini sesuai dengan konsep media ekologi dari McLuhan yang mengatakan bahwa “teknologi adalah perpanjangan tangan manusia” dan memengaruhi konstruksi sosial dalam masyarakat (Fortner & Yanitskaya, 2014).

4.1.2 Jenis Surat Kabar Daring

Semenjak kemunculan internet—dan kini internet telah lumrah dan biasa bagi banyak orang, terutama generasi muda (Walther, 2015)—surat kabar daring dibedakan menjadi dua jenis utama. Yakni, hanya surat kabar daring dan surat kabar hibrid. Versi pertama merujuk pada eksistensi surat kabar *online*

yang terpisah dengan surat kabar cetak. Terpisah artinya konten maupun keberadaan surat kabar daring ini tidak menyertai versi cetaknya, seperti *detik.com*, *okezone.com*, dan *vivanews.com*. Sedangkan yang dimaksud surat kabar hibrid adalah di samping berbasis jaringan, surat kabar daring ini menyediakan versi cetak pula. Contohnya *kompas.com* yang berhibrid dengan *Kompas* cetak dan *tempointeraktif.com* dengan versi cetaknya pada *Koran Tempo* dan *Majalah Tempo*.

Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa munculnya internet, blog, dan platform media sosial tidak hanya mengubah lanskap media, tetapi juga cara penyebaran berita dan informasi di antara masyarakat (Cummings & Gottshall, 2014). Masih merujuk pada hasil riset Cummings & Gottshall (2014) di AS, disebutkan bahwa selama paruh kedua abad ke-20 orang beralih ke surat kabar atau jaringan siaran "tiga besar" – ABC (American Broadcasting Corporation), NBC (National Broadcasting Corporation), dan CBS (Columbia Broadcasting System)- untuk berita mereka. Selain itu, khalayak mengkonsumsi berita mereka pada waktu yang ditetapkan di sore hari dan larut malam.

4.1.3 Keunggulan Surat Kabar Daring

Keunggulan utama surat kabar daring adalah kecepatan dan kebaruan berita yang terjaga sepanjang waktu. Beritanya tidak

pernah basi. Reporter juga dapat mengirimkan berita dalam jumlah yang tak terbatas ke bank data berita surat kabar terkait. Meskipun pada akhirnya editor yang akan menentukan berita mana yang akan diunggah, tetap saja hal ini menjamin ketersediaan dan keragaman konten dalam bank data.

Media daring juga sangat hemat dalam biaya produksi. Karena media daring tidak menggunakan proses cetak serta tidak tergantung dan harus selalu membeli berton-ton kertas setiap harinya. Jika pada versi cetak selalu ada kemungkinan eksemplar yang dicetak tidak habis terjual, tidak demikian halnya dengan versi daring. Surat kabar daring memastikan tidak perlu anggaran khusus untuk tinta, cetak, dan kertas. Selain itu, pengelolaannya juga relatif mudah dan hemat tenaga.

Media *online* juga telah memotong mata rantai distribusi media yang begitu panjang. Jika pada media surat kabar setelah dicetak harus didistribusikan ke pembaca melalui agen, loper atau pengecer maka hal itu tidak terjadi pada media *online*. Dapat dibayangkan jika sebuah penerbitan harus didistribusikan ke seluruh daerah bahkan ke luar provinsi bahkan harus menyeberangi lautan, semakin menambah biaya produksi serta informasi yang sampai ke pembaca semakin lama sehingga media surat kabar kurang memiliki efisiensi waktu.

Di samping efisiensi biaya, waktu dan tenaga, surat kabar daring juga unggul dalam pembiayaan mendapatkan informasi. Jika untuk mendapatkan koran orang harus membeli atau berlangganan, sedangkan dengan media *online*, berita yang diunggah diklasifikasikan dalam beragam kategori yang bebas diakses secara gratis oleh pembaca.

Karena proses produksi yang lebih sederhana, secara teknis keredaksian, media *online* juga memungkinkan terus menerus melakukan *updating* informasi. Bahkan untuk mencabut sebuah berita yang sudah dimuat pun sangat memungkinkan. Hal ini tidak akan pernah bisa dilakukan oleh surat kabar. Selain itu, jika surat kabar dibatasi oleh jumlah halaman, media *online* tidak dibatasi sehingga frekuensi pemberitaan lebih leluasa dan tidak akan menghalangi produktivitas penulisan berita dari para jurnalisnya.

Selain hal-hal yang berkaitan dengan faktor teknis, surat kabar daring juga lebih memungkinkan pembaca/khalayak melakukan interaksi secara *real-time*; dengan kata lain, menawarkan interaktivitas. Ini memungkinkan pengguna untuk mencari berbagai konten yang lebih luas, menyesuaikan produk media dan opsi pengiriman, memberikan umpan balik, berbagi dan berdiskusi dengan teman-teman, dan bahkan membuat konten media asli,

menjadi produsen dan juga konsumen (Permana et al., 2019).

4.1.4 Kelemahan Surat Kabar Daring

Kecepatan atau aktualitas pemberitaan di satu sisi merupakan keunggulan utama berita daring. Namun, acapkali mengabaikan prinsip-prinsip jurnalisme yang lain seperti akurasi, faktualitas, objektivitas dan etika jurnalistik. Hal ini disebabkan oleh banyak hal, di antaranya persaingan antar media *online* sehingga setiap media selalu ingin menjadi media pertama yang memberitakan peristiwa, karena itulah prinsip-prinsip jurnalisme seringkali terabaikan.

Dalam konteks domestik, kemudahan untuk mengakses surat kabar daring masih terbatas bagi sebagian kalangan, terutama kalangan menengah atas, perkotaan, dan mahasiswa. Kondisi sosial, ekonomi, dan demografi Indonesia belum memungkinkan seluruh lapisan masyarakat memiliki akses yang setara terhadap berita daring.

Belum lagi jika tingkat literasi media dan internet masyarakat masih rendah, surat kabar daring ini dapat dengan mudah dijadikan corong dan medium propaganda dari sang pemilik untuk memfasilitasi kepentingan-kepentingan pribadinya, misalnya menggiring opini publik khalayak saat sedang masa kampanye politik untuk memilih dia/golongannya, atau dengan melakukan

pembohongan publik dan meyebar data-data yang manipulatif untuk melemahkan lawan/kubu rival (Slamet, 2016).

Lebih jauh mengenai literasi media secara umum, jika melihat dalam konteks Indonesia, perkembangan industri media tidak serta merta sejalan dengan perkembangan infrastruktur media dan perkembangan literasi/melek media pada warga negara. Ketika sisi bisnis dari industri ini bertumbuh, akses terhadap media masih belum merata dan masih terkonsentrasi di Jawa, Bali dan Sumatera. Terdapat kesenjangan yang mengejutkan dalam distribusi infrastruktur media antara provinsi-provinsi maju dan provinsi-provinsi yang kurang berkembang di bagian timur Indonesia. Permasalahan ketersediaan jaringan internet merupakan komponen infrastruktur penting suatu negara. Ketiadaan ataupun keterbatasan jaringan internet dapat mengakibatkan terbatasnya keterhubungan antara satu daerah dengan daerah lainnya (Ismail & Sri Ratna Sari, 2019).

Kesenjangan ini tidak hanya berkaitan dengan cepatnya pertumbuhan media baru dan media digital yang membutuhkan akses internet, tetapi juga kesenjangan pada akses terhadap media konvensional seperti surat kabar dan televisi, yang masih sulit diperoleh warga negara yang tinggal di wilayah terpencil dan wilayah kurang berkembang.

Hal ini telah membuat kesenjangan informasi tumbuh semakin lebar. Media komunitas dapat, bahkan mungkin sudah, menjadi alternatif yang menyediakan informasi yang lebih relevan bagi komunitas lokal. Meskipun radio komunitas juga berkembang, peraturan yang rumit dan cepatnya perkembangan teknologi pada industri media membuat inisiatif radio komunitas menghadapi kesulitan untuk bertahan dan bersaing dengan kanal-kanal media lain yang berbasis keuntungan (Nugroho et al., 2013).

4.2 Proses dan Teknik Produksi Surat Kabar Seiring Berkembangnya Teknologi

Bentuk penerbitan terus berubah sesuai dengan tren teknologi yang selalu berkembang. Lima ratus tahun setelah peristiwa Gutenberg, cara-cara untuk mencetak tinta di atas kertas dengan cepat mulai ditemukan. Proses *printing* (percetakan) untuk ilustrasi mengalami perkembangan yang cukup signifikan pula (akhir tahun 1890-an). Awalnya dibutuhkan ukiran atau cetakan kayu atau metal piringan master. Namun kemudian ditemukan *lithography* yang bisa mempercepat proses percetakan. Setelah perang dunia ke-2, *offset printing* diperkenalkan dan diproduksi. Teknologi ini bisa meningkatkan kualitas, kecepatan percetakan, dan ekonomis dari segi biaya.

Komputerisasi membawa pengaruh yang sangat signifikan bagi media cetak. Komputer menggantikan keberadaan mesin ketik, dengan mengubah teks menjadi film fotografis dan cetakan metal. Komputerisasi menyederhanakan proses percetakan. Begitu pula digitisasi (*digitizing*) dari foto sehingga bisa diedit dan hasil pengerjaan lebih cepat dan lebih murah (terlebih lagi ada *software pagination*). Kini muncul pula teknologi *scanners* yang dapat mendigitasi foto dengan lebih murah.

Teknologi lain adalah keberadaan mesin fotokopi. Ini lebih efisien, karena biaya yang perlu dikeluarkan lebih murah dibandingkan dengan biaya untuk mencetak cetakan pertama lebih banyak. Fotokopi lebih murah, salah satunya dengan menggunakan kualitas kertas yang lebih murah dibandingkan yang asli. *Laser printing* dengan kecepatan tinggi, dapat menghasilkan gambar dan cetakan yang kualitasnya sangat baik. Sekarang ini, masyarakat juga bisa lebih mudah dalam menciptakan media cetak. Apabila mereka punya *personal computer*, bisa saja membuat buku, majalah, atau poster sendiri. Pekerjaan amatir dapat diberi efek sedemikian rupa sehingga bisa terlihat hasil karya profesional. Inovasi lain adalah *custom publishing*, yaitu fleksibilitas dari penyampaian informasi cetak yang berbasis komputer untuk mencetak (*print*) bagian tertentu dari buku untuk tujuan

tertentu. Inovasi ini diperpanjang dengan adanya teknologi *print-on-demand* yang mencetak semua buku hanya apabila diminta oleh pelanggan.

Cara pengumpulan berita oleh para reporter sangat beragam. Dengan kemajuan teknologi, alat-alat komunikasi elektronik kini bisa ditemukan di ruang berita. Dengan adanya teknologi tinggi, reporter dapat memperoleh informasi berguna untuk pengumpulan beritanya, dan bisa diperoleh dalam waktu yang cepat. Reporter juga menggunakan akses *search engine* untuk mencari data di tumpukan data mentah. Fungsi ini disebut *computer-assisted reporting (CAR)*. Berbagai macam informasi bisa diperoleh, bahkan sampai informasi personal sekalipun. Perusahaan *Tribune* (organisasi berita) mengkombinasikan berbagai media (*multiple*) dalam sebuah ruang berita yang sama. Diharapkan dari situ bisa menghemat biaya dengan berbagi bahan video, audio, dan foto, yang kemudian diedit untuk digunakan oleh beberapa media. Namun, setiap media mempunyai cara yang berbeda dalam menyajikan cerita, jadi reporter harus berubah dengan cepat, sebelum hal tersebut terjadi. Memang sistem kerja seperti ini sangat berpotensi menimbulkan konflik.

Produksi mengalami perubahan dari waktu ke waktu dengan adanya

perkembangan teknologi. Salah satunya adalah dengan adanya *teletypesetting* (1950). Sepuluh hingga dua puluh tahun berikutnya, data-data berita mulai disimpan dalam memori komputer dan kemudian dengan cara komputerisasi mulai dicetak. Perkembangan yang paling terakhir ini adalah *computer-to-plate* yang menggenerasi piringan cetak, langsung dari gambaran yang ada di komputer. Ini membantu efektivitas biaya dari foto dan proses kimia. Teknologi *printer* juga membuat surat kabar menjadi sangat mungkin untuk dijadikan personal (sesuai karakter, sesuai dengan kebutuhan masing-masing orang). Penyampaian lewat satelit juga mempercepat sampainya berita di rumah masing-masing.

4.3 Dampak Munculnya Surat Kabar Daring dan Konten Berita Daring terhadap Surat Kabar Cetak

Kita hidup dalam masa transformasi budaya, yang dicirikan oleh berlalunya hegemoni buku cetak yang teralihkan media audiovisual, transisi kertas ke televisi atau layar komputer, dan keadaan teks cetak ke interaktivitas komputer (Camassola & Notari, 2017). Hal ini juga terjadi dalam dunia surat kabar. Keunggulan utama dari surat kabar daring yaitu beritanya selalu aktual dan tidak pernah basi. Kalau kita membaca surat kabar cetak biasa, maka beritanya statis dan tidak

dapat berubah. Hanya harian *Kompas* yang agak cerdas dengan ide orisinilnya tentang *Kompas Seribu Rupiah*. Selain itu, ada *Kompas Sore* yang merupakan *Kompas Pagi* yang diganti kulit luarnya saja dengan berita terbaru. Hal ini merupakan cara cerdas untuk meminimalisasi jumlah koran yang tidak laku terjual. Selain itu, membaca dan berpartisipasi dalam surat kabar daring cukup praktis; hanya membutuhkan akses internet, nama pengguna situs yang dipersonalisasi (biasanya nama panggilan), dan perjanjian untuk mematuhi aturan posting situs. Forum komentar pembaca memperluas pemahaman para pembaca tentang konten berita yang mereka baca saat mereka mengekspresikan pikiran mereka (Adelakun, 2018).

Keunggulan lainnya ialah reporter dapat mengirim artikel berapa pun banyaknya dalam sehari. Tentu tidak semua artikel akan diterima karena itu sepenuhnya wewenang redaksi. Sayangnya, kebanyakan berita yang masuk masih berasal dari dalam negeri. Sedangkan berita dari luar negeri sifatnya bersumber dari kantor-kantor berita luar negeri seperti Radio Nederlands, Deutsche Welle, AFP, dan sebagainya. Dengan kedatangan dan penyebaran luas *World Wide Web*, porsi interaksi yang terus meningkat melalui komputer dilakukan dengan mengakses isi di internet. Hal ini menjadikan khalayak sebagai pengguna isi publikasi

digital untuk penyebaran massal, sebuah kegiatan yang amat mirip dengan membaca koran, menonton televisi, dan mendengarkan radio. Dalam hal ini, *computer as medium* (CAM) dekat dengan komunikasi massa (Lee & Sundar, 2015).

Selain menghemat biaya produksi, surat kabar daring juga lebih efektif dalam menyampaikan informasi, karena banyaknya pilihan berita dengan beragam kategori yang bebas diakses secara gratis oleh konsumen. Dari hasil penelitian bertajuk *PEW Research for the People & the Press* di AS, 40% responden yang disurvei mengatakan bahwa mereka mendapatkan berita-berita lokal dan internasional melalui internet. Ini merupakan pertama kalinya warga AS lebih mengandalkan berita *online* ketimbang media cetak, meningkat dari 16% dalam setahun terakhir. Sementara responden yang masih bertahan untuk membaca berita dari koran, di awal-awal milenium baru hanya 35% (Foust, 2005).

Hampir mirip dengan keunggulan dari konten berita digital, seperti layaknya surat kabar daring, konten ini juga biasanya menyajikan berita-berita yang *update* serta mudah diakses secara gratis melalui internet. Namun, terdapat kelemahan dalam media ini, antara lain demi kecepatan, terkadang konten berita *online* mengorbankan aspek konfirmasi yang mesti dilakukan dalam sebuah karya

jurnalistik. Beberapa berita di media *online*, malah sering menjadi alat ralat dari berita sebelumnya. Namun ada temuan menarik berdasarkan riset Ha & Zhang (2017) mengenai hubungan antara pembaca surat kabar cetak dan surat kabar daring, dan apakah surat kabar daring merupakan produk yang lebih "inferior" dibandingkan surat kabar cetak. Mereka merekomendasikan variasi konten jika ada sebuah perusahaan surat kabar yang mengeluarkan versi cetak dan daring, termasuk versi *mobile* dari produk mereka, agar lebih berhasil di era digital (Ha & Zhang, 2017). Media baru, apapun bentuknya, akan duduk berdampingan dengan media lama, yang mungkin tak akan hilang. Biasanya, teknologi komunikasi baru tidak bisa sepenuhnya menggantikan teknologi lama, tetapi ia mungkin menyebabkan teknologi lama mengambil peran baru (Sucahya, 2013).

Ada beberapa kasus yang merupakan dampak adanya media informasi *online* yang muncul di awal dekade 2000-an di AS (McQuail, 2011). Yang pertama, dua surat kabar di AS mengumumkan penerbitan edisi cetak terakhir mereka. Namun, setelahnya mereka mulai beroperasi secara *online*. Harian tertua di Arizona, *Tucson Citizen*, menerbitkan edisi akhir pada Sabtu, 16 Mei 2009. Sedangkan surat kabar *Ann Arbor News* di Michigan menerbitkan harian terakhir

mereka pada 23 Juli 2009. Banyak surat kabar di AS yang berjuang agar tetap terbit setelah kehilangan pembaca yang bermigrasi ke dunia maya. Penerimaan iklan merosot drastis dan penjualan jatuh tajam. Pada Januari 2009, Gannett yang merupakan penerbit terbesar surat kabar di AS, mengumumkan menutup *Citizen* jika tidak menemukan pihak yang membeli aset *Citizen* hingga 21 Maret 2009.

Kedua, pembaca majalah anjlok hingga 24%, pembaca tabloid merosot 12%, dan koran turun 4%. Sementara pembaca internet malah mengalami kenaikan hingga 17% dari tahun lalu. Menurunnya tren pembaca media cetak, kebanyakan disebabkan karena konsumen terlalu sibuk untuk membaca (72%), beralih ke TV (14%), dan karena berhenti membeli karena harga naik (11%).

Ketiga, pada Senin 8 Desember 2008, Dewan Pulitzer mengubah aturan yang sebelumnya tidak mengikutsertakan artikel yang berasal dari media *online*, kecuali artikel dari surat kabar harian yang memiliki versi *online*. "Pulitzer telah memperluas penghargaannya bagi surat kabar-surat kabar berbasis teks, serta organisasi berita baru yang hanya mempublikasikan beritanya di Internet," ujar pernyataan pers Pulitzer, yang diumumkan lewat situsnya. Pulitzer langsung membolehkan media *online* untuk mengikuti 14 kategori penghargaan yang mereka

sediakan. Perubahan kebijakan dari Pulitzer dilakukan di tengah muramnya wajah media cetak Amerika Serikat. Begitu pun dalam pemberian penghargaan foto jurnalistik tingkat dunia yang dilakukan oleh World Photojournalism Foundations sekarang sudah menyertakan *citizen journalism* atau jurnalisme warga dalam ajang bergengsi tersebut, sesuatu yang tidak pernah terjadi sebelum era *online* berlangsung.

Tribune Co menjadi konglomerat media cetak pertama yang berusia lebih dari 100 tahun dan menyatakan diri bangkrut. Gannett, penerbit koran terbesar di Amerika Serikat dan perusahaan induk dari *USA Today*, memecat lebih dari 600 karyawannya. Bisa dikatakan, ini merupakan pemecatan terbesar di bidang industri media. *The New York Times*, malahan sudah melakukan pemecatan jauh sebelum ini, yaitu sejak tahun 2008 (McQuail, 2011).

Lebih dari itu, surat kabar *Seattle Post-Intelligencer* (*Seattle P-I*) yang sudah berusia 146 tahun, tepat hari Selasa, 17 Maret 2009 terpaksa dihentikan edisi cetaknya. Hal ini dikarenakan semakin turunnya pemasukan iklan, beban sirkulasi, dan pindahnya pembaca media cetak ke portal berita yang gratis di internet. Didirikan tahun 1863 sebagai *Seattle Gazette*, beberapa tahun terakhir *Seattle P-I* memiliki ratusan ribu pelanggan, namun sejak tahun 2000 media

cetak tersebut mengalami kerugian besar-besaran. Tahun 2008 saja tercatat kerugian sampai 14 juta dollar AS atau Rp 167 miliar (Biagi, 2016). Kasus - kasus ini merupakan sebagian dari banyak dampak yang ditimbulkan oleh kemunculan media informasi *online* di Amerika.

Sebetulnya, fenomena ini dapat melahirkan sebuah model bisnis surat kabar yang baru. Perusahaan surat kabar perlu membangun hubungan yang realistis dan menguntungkan dengan situs berita portal. Jika perusahaan surat kabar memilih untuk berkolaborasi dengan situs portal berita, model bisnis yang bersifat simbiosis mutualisme untuk hubungan jangka panjang besar kemungkinan akan tercipta, karena situs portal berita mendatangkan "pengunjung" (dalam hal ini khalayak pengakses situs) dan situs surat kabar menghasilkan konten (Yang & Chyi, 2011).

4.4 Surat Kabar Daring di Indonesia

Empat fungsi utama media massa, yakni pengawasan, korelasi sosial, sosialisasi, dan hiburan menuntut keluasan ruang kebebasan berekspresi. Sebelum reformasi bergulir kebebasan ini terpasung sedemikian rupa hingga fungsi pengawasan lingkungan yang juga mencakup pengawasan terhadap pemerintah tidak berjalan sebagaimana mestinya. Media yang dianggap

membahayakan pemerintah dapat saja dibredel. Hal ini tidak sejalan dengan Indonesia yang menganut asas demokrasi, di mana media seharusnya menjadi tonggak keempat setelah eksekutif, legislatif, yudikatif, dan yang menopang keseimbangan jalan sebuah negara.

Format daring mulai dilirik selepas pembredelan yang menimpa beberapa surat kabar nasional di era orde baru. Pertama kali di tahun 1996 surat kabar daring berdiri. Satu persatu surat kabar daring tumbuh setelahnya, dan ikut mengawal bergulirnya reformasi. Masyarakat yang semakin akrab dengan teknologi internet menjadi salah satu alasan cepatnya perkembangan surat kabar daring di Indonesia. Kemampuan media ini menyajikan berita secara singkat, cepat, mudah diakses, dan murah menjadi dasar preferensi konsumen surat kabar daring, terutama di masa kritis seperti bencana alam, kerusuhan, dan kondisi serupa yang memungkinkan situasi berubah dalam hitungan detik. Kehidupan masyarakat di Indonesia sudah masuk dalam apa yang disebut sebagai '*mediated society*' yang menempatkan media telah menjadi salah satu bagian penting dalam seluruh aspek kehidupan masyarakat (Lestari et al., 2018).

Murahnya biaya untuk memproduksi surat kabar daring, ditambah dengan kebijakan baru pasca Reformasi 1998 dimana

tidak diperlukan lagi Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) di mana surat ijin ini menjadi senjata rezim Orde Baru untuk mengekang kebebasan pers, menyebabkan surat kabar daring dan media *online* ini semakin menjamur jumlahnya, bahkan banyak media *online* abal-abal yang dibuat dimana pengelolanya tidak memiliki pengalaman atau keahlian di bidang jurnalistik. Akibatnya banyak media *online* yang mengabaikan prinsip-prinsip jurnalistik seperti akurasi, faktualitas, objektivitas serta kepatuhan terhadap etika jurnalistik. Dewan Pers hingga kini mencatat sekitar 48.000 media *online* yang ada di Indonesia, namun yang terverifikasi oleh Dewan Pers hanya beberapa media.

Kini masyarakat Indonesia cenderung beralih pada berita berbasis *web* karena surat kabar daring lebih murah serta menyajikan informasi yang lebih *real-time*. Sedangkan informasi peristiwa yang bisa didapat dari koran, baru bisa dibaca minimal sehari setelah peristiwa berlangsung. Berdasarkan penelitian, faktor usia pun menjadi salah satu pemicu mengapa berita di *website* lebih banyak dinikmati daripada surat kabar. Generasi muda lebih menyukai media *online* yang terlihat lebih modern dibanding media cetak yang dipilih generasi tua (Nurkinan, 2017).

Data tahun 2017 menyebutkan bahwa lebih dari 50% penduduk Indonesia telah melek internet. Pengguna internet di Indonesia ini menurut Kantor Menteri Komunikasi dan Informatika mencapai 147 juta jiwa. Pengguna internet ini pun melonjak drastis lebih dari 20 juta pertahun sejak 2015, hal ini dipertajam dengan semakin meluasnya penggunaan telepon pintar (*smartphone*) yang makin digemari sehingga hampir semua pengguna internet di Indonesia adalah pengguna *smartphone* (Abdullah & Puspitasari, 2018). Pada tahun 2017, menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, berdasarkan penetrasi pengguna internet berdasarkan usia, dari umur 13-18 tahun berada di angka 75,50% . Sedangkan umur 19-34 berada di angka 74,23%. Angka ini cukup besar dan didominasi oleh generasi milenial yang sudah terbiasa menggunakan internet. Sedangkan menurut komposisi pengguna internet berdasarkan usia, angka tertinggi ada di angka 49,52% dengan usia 19-34 tahun. Kedua ditempati usia 35-54 tahun dengan angka 29,55% (Cholis & Wardiana, 2018).

Berkat internet pula kini tercipta konvergensi media. Salah satu contoh kasus konvergensi media dalam konteks surat kabar di Indonesia adalah hasil riset Khadziq (2016) terkait konvergensi media di *Tribun Jogja*. Riset ini menghasilkan sebuah konsep bahwa

keputusan untuk melakukan konvergensi media merupakan satu langkah lebih maju daripada media yang ingin terus eksis dan berjuang memperbaiki pelayanan kepada masyarakat. Strategi 3M (*Multimedia*, *Multichannel* dan *Multiplatform*) yang digunakan *Tribun Jogja* menjadi salah satu alternatif strategi untuk mentransformasikan dirinya menuju konvergensi. Strategi 3M menjadi jalan alternatif dalam menerapkan konvergensi media. Melalui penerapan ini maka sejumlah model konvergensi akan dapat tercapai. Konvergensi kontinum (*crosspromotion*, *cloning*, *coopetition*, *content sharing*, dan *full convergence*) yang menjadi salah satu inti bahasan dari penelitian Khadziq ini pun dapat dicapai secara bersamaan (Khadziq, 2016).

Kecepatan dan daya jangkauan internet yang dapat menembus ruang dan waktu juga menjadi salah satu keunggulan surat kabar daring yang turut mewarnai perkembangan surat kabar daring di Indonesia. Salah satu isu utama yang terkait dengan internet adalah globalisasi yang cepat, di mana globalisasi tersebut dapat menyebarkan budaya luar yang positif ataupun negatif di Indonesia. Internet telah memperkenalkan kehalusan baru pada sederetan informasi global, tetapi hubungan lintas batas jelas tumbuh lebih lambat daripada interaksi lokal dan nasional di banyak bidang.

Di luar pertanyaan tentang konektivitas kita perlu mengklarifikasi apakah budaya penerima diubah dengan mentransmisikan budaya dalam proses komunikasi lintas batas melalui internet (Hafez, 2014). Masih menurut Hafez (2014), ada tiga bentuk perubahan budaya yang disebutkan berulang kali dalam debat globalisasi, yaitu: (1) Adaptasi budaya "lain" (biasanya dalam bentuk globalisasi kebarat-baratan); (2) Munculnya budaya hibrida "glokalisasi", yang dipengaruhi oleh unsur-unsur global dan lokal; dan (3) Revitalisasi budaya tradisional dan lokal lainnya sebagai reaksi terhadap globalisasi. Seperti yang dikemukakan oleh Marshall McLuhan, kita sekarang hidup dalam *global village*, karena media massa modern memungkinkan berjuta-juta orang di seluruh dunia untuk berkomunikasi melintasi batas ruang dan waktu ke hampir setiap pelosok dunia (Permana & Suzan, 2018).

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Surat kabar daring maupun konten-konten berita daring memang amat bermanfaat karena menyajikan akses informasi yang cepat, akurat dan dinamis. Di situ kita dapat mengakses informasi yang kita inginkan secara cepat. Hal ini bisa terjadi berkat kehadiran internet serta kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sejak

awal milenium baru. Kini, khalayak dapat mengonsumsi informasi dari berbagai penjuru dunia melalui *smartphone* dan/atau *personal computer* (PC) masing-masing tanpa mengeluarkan biaya.

Di sisi lain, industri surat kabar daring juga berpotensi mematikan industri surat kabar konvensional. Sekarang tinggal bagaimana surat kabar konvensional mampu mempertahankan konsumennya agar tetap loyal, atau mengembangkan model bisnis media baru dengan bekerjasama dengan situs portal berita. Tetapi bagi masyarakat yang sudah menganggap bahwa membaca surat kabar cetak sudah merupakan sebuah *habit* atau kebiasaan, mengonsumsi surat kabar konvensional memiliki “kenikmatan” tersendiri dibandingkan dengan membaca surat kabar daring.

5.2 Saran

Riset-riset dan kajian-kajian yang bersinggungan dengan media konvensional/*mainstream* dan media baru selalu menarik untuk diteliti/dikaji. Riset dan kajian tersebut dapat dilakukan dari berbagai perspektif; misalnya saja dari institusi medianya, kepemilikannya, manajemen, atau khalayak yang mengonsumsi media tersebut. Saran penulis adalah akan sangat baik jika ada lagi riset-riset atau kajian-kajian yang membahas dan mengupas hubungan dan

keterkaitan antara media-media konvensional dengan media baru, hingga pada bagaimana dampak kehadiran media baru dari sisi sosial, budaya, ekonomi, dan tentu saja, komunikasi. Konvergensi media dan strategi pemanfaatan media baru juga akan sangat menarik untuk terus diteliti dan dikaji, karena teknologi komunikasi masih akan sangat berkembang dengan cepat dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi di Era Internet. *ProTVF: Jurnal Kajian Televisi Dan Film*, 2(1), 101–110.
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>
- Adelakun, L. A. (2018). Online-newspaper reports of 2015 Nigerian presidential election: The impact of readers' comments on voters. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 26(2), 811–824.
- Agustin, H., Karlinah, S., Abdullah, A., & Supriadi, D. (2013). Pemetaan Kebutuhan Kualifikasi Jurnalis Pemula pada Industri Media Massa di Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 141–154.
<https://doi.org/10.24198/jkk.v1i2.6039>
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Bajari, A. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren, dan Etika*. Simbiosis Rekatama Media.
- Biagi, S. (2016). *Media Impact: An Introduction to Mass Media* (12th ed.). Cengage Learning, Inc.
- Bryant, J., & Pribanic-Smith, E. J. (2015). Tinjauan Umum Sejarah Riset dalam Ilmu Komunikasi. In C. R. Berger, M. E. Roloff, & D. R. Roskos-Ewoldsen (Eds.), *Handbook Ilmu Komunikasi* (Indonesian, pp. 28–50). Nusa Media.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Kencana Prenadamedia Group.
- Camassola, M., & Notari, D. L. (2017). Online newspapers as an effective tool to generate interest in reading for students of Youth and Adult Education. *Scientia Cum Industria*, 5(2), 51–55.
<https://doi.org/10.18226/23185279.v5iss2p51>
- Cholis, N., & Wardiana, D. (2018). Manajemen Strategi Redaksi dan Bisnis Koran Olahraga Top Skor dalam Menghadapi Persaingan dengan Media Online di Era Konvergensi Media. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(2), 124–146.
- Christians, C. G. (2014). The Philosophy of Technology and Communication Systems. In R. S. Fortner & P. M. Fackler (Eds.), *The Handbook of Media and Mass Communication Theory, Vol. II* (pp. 513–534). John Wiley & Sons, Inc.
- Cummings, K., & Gottshall, C. (2014). Citizenship and Consumption: Media Theory in the Age of Twitter. In R. S. Fortner & P. M. Fackler (Eds.), *The Handbook of Media and Mass Communication Theory, Vol. II* (pp. 612–628). John Wiley & Sons, Inc.
- Destrian, O., Wahyudin, U., & Mulyana, S. (2018). Perilaku Pencarian Informasi Pertanian melalui Media Online pada Kelompok Petani Jahe. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 121–132.
<https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.12391>
- Fortner, R. S., & Yanitskaya, D. V. (2014). Theoretical Perspectives on the Social Construction of Technology. In R. S. Fortner & P. M. Fackler (Eds.), *The Handbook of Media and Mass*

- Communication Theory, Vol. II* (pp. 535–551). John Wiley & Sons, Inc.
- Foust, J. C. (2005). *Online Journalism: Principles and Practices of News for The Web*. Holcomb Hathaway Publishers.
- Ha, L., & Zhang, X. (2017). Are Online Versions of Newspapers Inferior Goods or Public Goods? Empirical Evidence from U.S. National and Local Markets. *China Media Research*, 13(1), 3–19.
- Hafez, K. (2014). How Global Is the Internet? Reflections on Economic, Cultural, and Political Dimensions of the Networked “Global Village.” In R. S. Fortner & P. M. Fackler (Eds.), *The Handbook of Media and Mass Communication Theory, Vol. II* (pp. 645–663). John Wiley & Sons, Inc.
- Holmes, D. (2012). *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Pustaka Pelajar.
- Hong, S., & Kim, N. (2018). Will the internet promote democracy? search engines, concentration of online news readership, and e-democracy. *Journal of Information Technology and Politics*, 15(4), 388–399.
<https://doi.org/10.1080/19331681.2018.1534703>
- Ismail, E., & Sri Ratna Sari, S. D. (2019). Potensi Tumbuhnya Generasi Internet dalam Pengembangan Komunikasi Pariwisata di Kepulauan Seribu DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 9(2), 65–79.
<https://doi.org/10.34010/jipsi.v9i2.2471>
- Khadziq. (2016). Konvergensi Media Surat Kabar Lokal (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 10(1), 5–20.
<https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1187>
- Lee, E.-J., & Sundar, S. S. (2015). Interaksi Manusia-Komputer. In *Handbook Ilmu Komunikasi* (Indonesian, pp. 726–750). Nusa Media.
- Lestari, P., Ramadhaniyanto, B., & Wardyaningrum, D. (2018). Pemberitaan di Media Online untuk Pengurangan Risiko Bencana Gunung Sinabung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 106–120.
<https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.15168>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Salemba Humanika.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Kencana.
- Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2013). *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia*.
- Nurkinan. (2017). Dampak Media Online Terhadap Perkembangan Media Konvensional. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 2(2), 28–42.
- Paramita, N. (2014). *Jurnalisme Online Mengesampingkan Etika dan Kode Etik Jurnalisme*. Opini - Universitas Muhammadiyah Malang.
<http://www.umm.ac.id/en/opini/jurnalis-me-online-mengesampingkan-etika-dan-kode-etik-jurnalisme.html>
- Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. LKiS Yogyakarta.
- Permana, R. S. M., Abdullah, A., & Mahameruaji, J. N. (2019). Budaya Menonton Televisi di Indonesia: Dari Terrestrial Hingga Digital. *ProTVF: Jurnal Kajian Televisi Dan Film*, 3(1), 53–67.
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.21220>
- Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia di Stasiun Televisi Lokal Radar Tasikmalaya TV. *ProTVF: Jurnal Kajian Televisi Dan Film*, 2(1), 1–18.
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19878>
- Permana, R. S. M., & Suzan, N. (2018). Menelisik Industri dan Struktur Pasar Media Massa di Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 8(2).
<https://doi.org/10.34010/jipsi.v8i2.1268>
- Prasetya, A. (2018). *Arah Langkah Media Konvensional di Era Revolusi Industri 4.0*. GEOTIMES.
<https://geotimes.co.id/opini/arah->

langkah-media-konvensional-di-era-revolusi-industri-4-0/

1073531

- Rakhmat, J. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Remaja Rosdakarya.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2008). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa* (5th ed.). Kencana.
- Slamet, A. (2016). Media dan Masa Depan Demokrasi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 6(1), 119–126.
- Solihat, M. (2015). Diversifikasi Media Massa dan Demokrasi Di Indonesia: Penguatan Peran Media Massa serta Masyarakat dalam Mewujudkan Demokrasi. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 5(2), 95–102. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jipsi/article/view/230>
- Sucahya, M. (2013). Teknologi Komunikasi dan Media. *Jurnal Komunikasi*, 1(2), 6–22.
- Vebrynda, R., Maryani, E., & Abdullah, A. (2017). Konvergensi dalam Program NET Citizen Journalism. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 53–68.
- Vivian, J. (2015). *Teori Komunikasi Massa* (8th ed.). Kencana.
- Walther, J. B. (2015). Komunikasi Berwahan-Komputer. In C. R. Berger, M. E. Roloff, & D. R. Roskos-Ewoldsen (Eds.), *Handbook Ilmu Komunikasi* (Indonesian, pp. 701–725). Nusa Media.
- Wibowo, A., & Lubis, I. (2013). Pengaruh Lima Dimensi Berita pada Media Online Khusus Game terhadap Brand Awareness Produk Nintendo 3DS. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 155–162. <https://doi.org/10.24198/jkk.v1i2.6040>
- Yang, M. J., & Chyi, H. I. (2011). Competing with whom? Where? and why (not)? An empirical study of U.S. online newspapers' competition dynamics. *Journal of Media Business Studies*, 8(4), 59–74. <https://doi.org/10.1080/16522354.2011.1>